

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)

SKRIPSI



Oleh :

Anggun Savira Nurhaliza
201510160311262

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)


Oleh:

Anggun Savira Nurhaliza
201510160311262

Malang, 1 Oktober 2019


Telah di setujui oleh :

Pembimbing I,



Dr. R.D. Jatmiko M,M

Pembimbing II,



Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK (Studi pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)

Oleh :

Anggun Savira Nurhaliza
201510160311262

Diterima dan disetujui
pada tanggal 12 Oktober 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.



Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,




Dr. H. H. Zuhroh, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK (Studi pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anggun Savira Nurhaliza

NIM : 201510160311262

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 12 Oktober 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idan Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Anggun Savira Nurhaliza**

NIM : 201510160311262

Progam Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini asli dan benar benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan referensi dalam skripsi ini, secara tertulis dan jelas dicaantumkan dengan nama pengarang dan dituliskan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang,

Yang M:  1,
Anggun Savira Nurhaliza

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)**

Anggun Savira Nurhaliza

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Tlogomas No. 246 Malang

E-mail: anggunsavira25@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas produk terhadap citra merek pada konsumen Serabi Imut Klojen Malang. Sampel sebanyak 100 diambil menggunakan *accidental sampling* dari populasi konsumen yang melakukan pembelian Serabi Imut Klojen Malang minimal satu kali. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner. Analisis regresi berganda menunjukkan hasil secara parsial dimensi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, secara simultan dimensi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek.

Kata kunci: Kualitas Produk dan Citra Merek



THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE **(Studies On Consumer Serabi Imut Klojen Malang)**

Anggun Savira Nurhaliza

Management Study Program of the Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of Malang
Tlogomas Street Number 246 Malang
E-mail: anggunsavira25@gmail.com

ABSTRACT

The purposed of this studied is to examined the influence of dimensions of Product Quality on Brand Image on consumer Serabi Imut Klojen Malang. The sample in this studi is 100 respondents use accidental sampling with the criteria of respondents minimum one time purchase in Serabi Imut Klojen Malang. The primary data was collected using a questionnaire. Multiple regression analysis shows that the results of the product quality dimensions partially have a positive and significant effect on brand image, simultaneously the dimensions of product quality have a positive and significant.

Keywords: *Product Quality, Brand Image*



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek (Studi Pada Konsumen Serabi Imut Klojen Malang)” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis dengan tulus dan rendah hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. H. Marsudi, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr.R.D. Jatmiko M,M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis Alm.Bpk Robby Faisal dan Ibu Imawati tidak henti hentinya memberikan do'a dengan tulus, dukungan, dan semua pengorbanannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

8. Anggi Amanda Putri sebagai saudara penulis yang memberikan dukungan, motivasi, dan saran serta diskusi demi terselesaikannya skripsi penulis.
9. Teman-teman satu bimbimbangan yang sedang bersama-sama mengejar gelar sarjana.
10. Terima kasih kepada Muhammad Imron, Ika Wardani, Maulidiyah Hasanah, Dimas Igar, Fahrezal Pahlevi, Azizah, Fatimatun, Riavinola, PutriCS, dan AmelCS, yang selalu memberikan do'a, dukungan, semangat dan selalu membantu dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen Kelas E angkatan 2015 atas kenangan dan kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga amal Bapak, Ibu, keluarga dan teman-teman berikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT, karena hanya Allah yang mampu melihat dan membalas atas segala perbuatan hambanya dengan imbalan yang Maha adil.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, Oktober 2019

Anggun Savira Nurhaliza

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK..... | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A. Hasil Penelitian Terdahulu | 7 |
| B. Kajian Teori..... | 10 |
| 1.Citra Merek | 10 |
| 2.Kualitas Produk..... | 12 |
| C. Kerangka Pikir..... | 14 |
| D. Perumusan Hipotesis | 16 |
| BAB III. METODE PENELITIAN..... | 21 |
| A. Lokasi Penelitian | 21 |
| B. Jenis Penelitian..... | 21 |
| C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel | 22 |
| D. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel | 24 |
| E. Teknik Penskalaan Data | 25 |
| F. Jenis Dan Sumber Data | 26 |
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 26 |
| H. Uji Instrumen Penelitian | 27 |
| I. Uji Asumsi Klasik | 29 |
| J. Teknik Analisis Data | 30 |

| | |
|---|-----------|
| K. Uji Hipotesis | 33 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 38 |
| A. Gambaran Karakteristik Responden | 38 |
| 1. Jenis Kelamin | 38 |
| 2. Usia | 39 |
| 3. Pekerjaan | 39 |
| B.. Hasil Uji Instrumen Penelitian | 40 |
| 1. Uji Validitas | 40 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 41 |
| D. Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 1. Uji Normalitas | 42 |
| 2. Uji Multikolinieritas | 43 |
| 3. Uji Heteroskedastisitas..... | 44 |
| E. Hasil Analisis Data | 45 |
| 1. Hasil Rentang Skala | 45 |
| 2. Hasil Regresi Berganda..... | 51 |
| F. Koefisien Determinasi..... | 53 |
| G. Uji Hipotesis | 54 |
| 1. Hasil Uji F..... | 54 |
| 2. Hasil Uji t..... | 55 |
| H. Pembahasan | 58 |
| BAB V. PENUTUP | 65 |
| A. Kesimpulan | 65 |
| B. Saran..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 69 |
| LAMPIRAN | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Konsep Penelitian | 15 |
|--|----|



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1. Hasil Penelitian Terdahulu..... | 7 |
| Tabel 2.1. Definisi Operasional Variabel..... | 24 |
| Tabel 3.1. Skala Likert..... | 26 |
| Tabel 3.2. Rentang Skala Keputusan..... | 31 |
| Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 38 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 39 |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 39 |
| Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas | 40 |
| Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas | 42 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas..... | 43 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinieritas | 44 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 45 |
| Tabel 4.8. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Kinerja..... | 45 |
| Tabel 4.9. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Fitur..... | 46 |
| Tabel 4.10. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Kehandalan..... | 47 |
| Tabel 4.11. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Kesesuaian Spesifikasi | 47 |
| Tabel 4.12. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Daya Tahan | 48 |
| Tabel 4.13. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Kesan Kualitas..... | 49 |
| Tabel 4.14. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Estetika..... | 49 |
| Tabel 4.15. Hasil Rentang Skala Jawaban Responden Citra Merek | 50 |
| Tabel 4.16. Nilai B..... | 51 |
| Tabel 4.17. Hasil Koefisien Determinasi..... | 53 |
| Tabel 4.18. Hasil Uji Simultan (F) | 54 |
| Tabel 4.19. Hasil Uji t..... | 55 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1: Kuesioner | 72 |
| Lampiran 2: Jawaban Kuesioner Responden | 76 |
| Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas..... | 83 |
| Lampiran 4: Karakteristik Responden | 87 |
| Lampiran 5: Hasil Analisis Regresi..... | 88 |
| Lampiran 6: Hasil Output Asumsi Klasik..... | 90 |



DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank Sumut. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. Vol.8, No.2 2017
- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Cetakan ke Enam, Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, D. P. & S. Kumadji & Sunarti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 37 No. 1 hlm 171 – 176.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P. & K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Husein, Umar. (2000). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & K. L. Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Analisis, Perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Jakarta: Salemba Empat

- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Laura, N. S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Business Review*. Vol.14, No.2, 2017: 258-284.
- Lemeshow, Stanley. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Li, G. X & X. Wang & Y. J. Cai. Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase Intention. *Journal Of Computersi Journal Of Computers*, Vol. 6, No. 9 (2011)
- Nugroho, F. Y. 2011. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Majalah Service Excellent Edisi 02/ II. 2012. Perusahaan-Perusahaan yang Berhasil Membangun Service Excellent.
- Priyanto, Duwi. 2013. Analisis Korelasi, Regresidan Multivariate dengan SPSS. Edisi Pertama. Penerbit Gava Media. Yogyakarta.
- Rizan, S. (2012). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta. Vol 3(1), hlm 1-17
- Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sihabudin. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Merek *Hanphone* Samsung pada Karyawan Bagian Pulley Machine PT FCC Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.1, No.1
- Singarimbun, M. & S. Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei* (Editor). Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A. & S. Djasuro. (2018). Pengaruh Brand Extension dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Enduro Matic-G Melalui Citra Merek. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa. 2 (1). 67-80
- Supranto, J. & N. Limakrisna. 2011. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Syaodih N. Sukmadinata. 2009. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Venessa, I. & Z. Arifin. 2017. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 51, No 1 (2017)

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK (Studi pada konsumen Serabi Imut Klojen Malang)

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| 7 % | 11 % | 6 % | 3 % |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|---|------------|
| 1 | www.scribd.com Internet Source | 4 % |
| 2 | jimfeb.ub.ac.id Internet Source | 2 % |
| 3 | Submitted to iGroup Student Paper | 2 % |

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

